

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan pasar di Indonesia semakin luas seiring dengan perkembangan ekonominya. Menurut klasifikasinya, saat ini pasar dapat dibedakan menjadi dua yaitu, pasar modern dan pasar tradisional. Akan tetapi, perkembangan pasar modern di Indonesia meningkat lebih pesat dibandingkan perkembangan pasar tradisionalnya. Pembangunan pasar modern yang berkembang pesat, dirasakan oleh banyak pihak berdampak terhadap eksistensi pasar tradisional dan para pelaku usaha sejenis disekitarnya [1]. Apabila hal ini terus menerus terjadi, maka tidak menutup kemungkinan bahwa pasar tradisional akan punah.

Pasar Tradisional adalah pasar yang dalam pelaksanaannya bersifat tradisional dan ditandai dengan pembeli serta penjual yang bertemu secara langsung. Proses jual beli biasanya melalui proses tawar menawar harga dan harga yang diberikan untuk suatu barang bukan merupakan harga tetap dalam arti lain masih bisa ditawar [2]. Sedangkan Ritel modern merupakan usaha ritel yang menekankan pengelolaannya secara modern [3].

Pasar modern adalah pasar yang tidak banyak berbeda dari pasar tradisional namun pasar jenis ini penjual dan pembelinya tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (*Barcode*), berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan secara mandiri (*Swalayan*) atau dilayani oleh seorang pramuniaga. Barang-barang yang dijual selain bahan makanan terdapat pula barang yang dapat bertahan lama. Contoh pasar modern yakni seperti pasar swalayan *hypermarket*, *supermarket* dan *minimarket* [3].

Keberadaan ritel /pasar modern akan berpengaruh terhadap pola perubahan berbelanja masyarakat. Masyarakat banyak yang memilih untuk berbelanja di pasar modern dengan berbagai alasan. Misalnya, di satu sisi ritel modern dikelola secara profesional dengan fasilitas yang serba ada seperti arena bermain untuk anak-anak, *Air Conditioner (AC)*, dan juga dilengkapi dengan

mesin Anjungan Tunai Mandiri (*ATM*). Kemudahan, kenyamanan, tersedianya berbagai fasilitas, dan perbedaan harga menjadi alasan bagi masyarakat untuk memilih berbelanja di ritel modern.

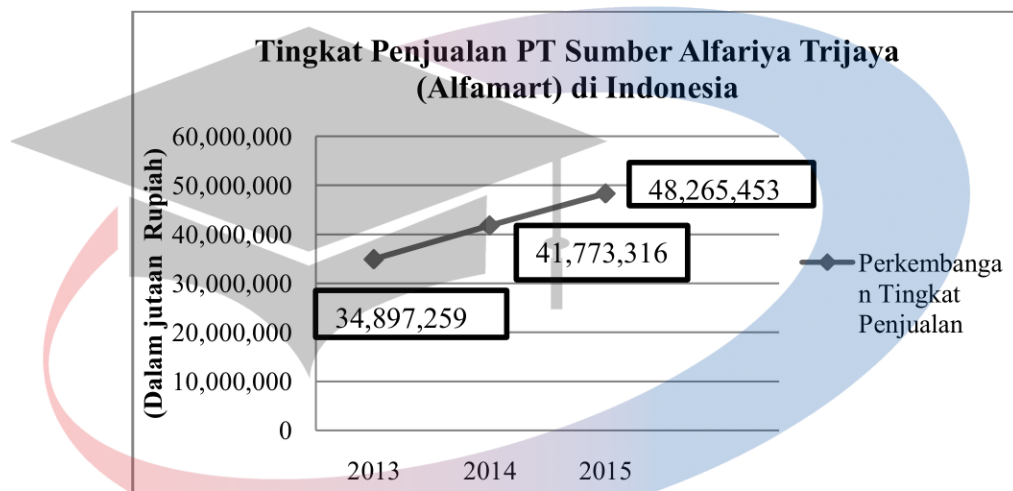
Keberadaan Ritel modern berpengaruh pada berbagai hal, diantaranya adalah perubahan tata lingkungan, perubahan sosial dan ekonomi masyarakat. Sebelum adanya ritel modern, anak-anak lebih memilih bermain bersama teman-teman di sekitar rumahnya. Akan tetapi, setelah berdirinya ritel modern mereka lebih memilih jalan-jalan ke mall atau sejenisnya. Contoh di atas menunjukkan bahwa ritel modern dapat berpengaruh terhadap hubungan sosial masyarakat.

Keberadaan ritel modern juga menimbulkan persepsi yang berbeda-beda dari setiap kalangan masyarakat. Ada kelompok masyarakat yang berpandangan positif terhadap keberadaan ritel modern. Misalnya bagi masyarakat kelas menengah ke atas, keberadaan ritel modern sangat menguntungkan karena mereka dapat berbelanja dengan nyaman dan leluasa di pasar modern. Akan tetapi, tidak jarang yang memiliki pandangan negatif atas keberadaannya. Mereka merasa dirugikan dengan kehadiran ritel modern di lingkungan sekitarnya. Di Kecamatan Medan Area SUMUT terdapat lebih dari 6 pasar modern (Maximart, Maju Bersama, Alfamart, Alfamidi, LotteMart, Kasimura) yang sudah berdiri beserta dengan cabang-cabangnya. Tiga diantaranya berada di sekitar pasar tradisional dengan jarak yang sangat dekat. Secara ekonomi, keberadaan pasar modern memiliki dampak terhadap pola perilaku konsumen di lingkungan sekitar, pasar tradisional dan juga pelaku usaha ritel lain di sekitar wilayah berdirinya pasar modern tersebut.

Dalam Peraturan Menteri Perdagangan RI. No. 53 /MDAG /PER / 12/2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Di mana pendirian mini market baik yang berdiri sendiri atau yang terintegrasi wajib memperhatikan keberadaan pasar tradisional dan toko yang lebih kecil serta harus memperhatikan jarak serta faktor negatif dan positif dari jarak yang ada serta menciptakan iklim usaha yang sehat [3]. Namun kenyataannya mengapa retail modern dapat berdiri di depan pasar tradisional yang jelas-jelas sangat dilarang dalam peraturan diatas.

Seperti yang dapat dilihat dari gambar di bawah ini dimana salah satu Ritel Modern terbesar di Indonesia grafik tingkat penjualan barangnya terus mengalami peningkatan dalam kurun waktu 2 tahun, hal tersebut tentu menjadi salah satu pemicu menurunnya tingkat orang yang berbelanja di Pasar Tradisional.

Gambar 1.1 Tingkat Penjualan PT. Sumber Alfariya Trijaya (Alfamart) di Indonesia



(Sumber : <http://Corporate.alfamartku.com/laporan-keuangan-tahunan>)

Selain itu juga yang sedang berkembang yakni kemampuan internet sebagai media pemasaran yang saat ini telah banyak digunakan oleh produsen untuk memasarkan dan menjual produknya. Hal ini sangat wajar karena melalui internet para produsen dapat dengan leluasa melakukan promosi terhadap barang yang akan dipasarkan kepada masyarakat mengingat semakin banyaknya masyarakat yang menjadi pengguna internet saat ini. Dari sisi masyarakat juga dapat dengan leluasa untuk memilih barang atau jasa yang dipergunakannya.

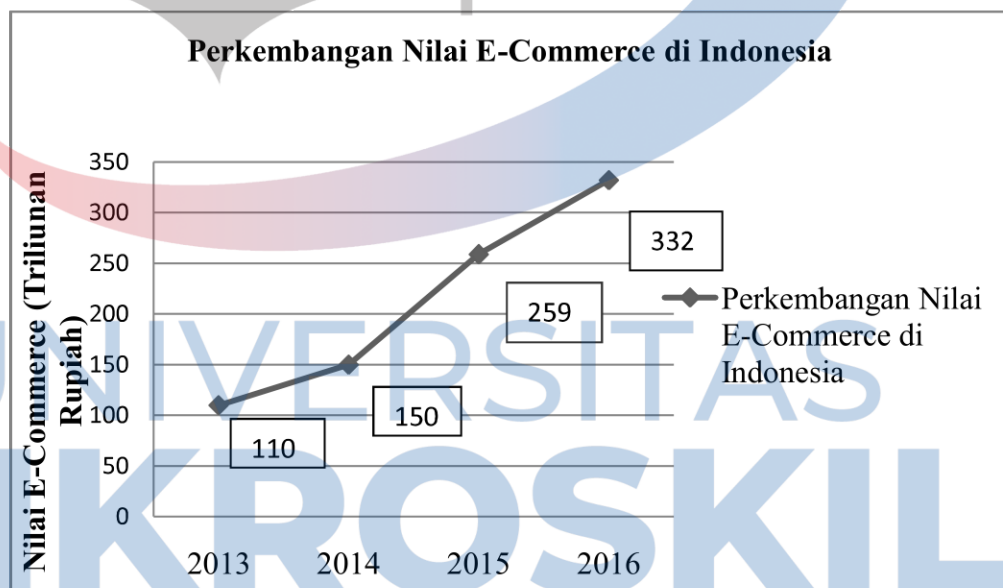
Bentuk dari pemasaran di internet dikenal dengan istilah *E-Commerce* yang dapat diartikan sebagai media penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet. Contoh situs-situs *E-commerce* yakni seperti (*LAZADA, SUKAMART, BUKALAPAK*) dan masih banyak lainnya. *E-Commerce* juga dapat diartikan sebagai penjualan atau pembelian barang dan jasa, antara perusahaan, rumah tangga, individu, pemerintah, dan masyarakat atau organisasi swasta lainnya, yang dilakukan melalui computer pada media jaringan. Barang-barang dan jasa dipesan melalui

jaringan tersebut, tetapi pembayaran dan pengiriman barang atau jasa dapat dilakukan di akhir atau *offline* [4].

Banyak konsumen yang beralih ke *E-Commerce* mungkin disebabkan oleh beberapa faktor seperti tampilan produk yang ada dalam situs belanja dimana tampilan produk dibuat semenarik mungkin sedangkan di pasar tradisional mungkin hanya digantung seperti biasa, hal tersebut tentu membuat konsumen merasa lebih terpincut untuk membeli produk yang ditawarkan oleh situs *E-Commerce*.

Seiring banyaknya konsumen yang berbelanja di situs situs *E-Commerce*, tingkat pertumbuhan *E-Commerce* terus mengalami peningkatan tiap tahunnya seperti yang terlihat di gambar di bawah ini

Gambar 1.2 Perkembangan Nilai E-Commerce di Indonesia [5]



(Sumber :kominfo.go.id)

Pasar Tradisional Timah merupakan pasar yang sudah terdapat di daerah Medan selama 25 tahun lamanya. Pasar tersebut menjual beraneka ragam produk seperti pakaian, kelontong, sayuran, dan makanan. Akan tetapi seiring berkembangnya zaman dimana Ritel modern mulai muncul tepat di depan Pasar Tradisional Timah pada tahun 2005, Tingkat penjualan di pasar tersebut mulai berkurang dimana masyarakat banyak yang cenderung untuk berbelanja di Pasar modern tersebut. Ditambah dengan semakin banyaknya situs-situs penjualan *E-Commerce* yang mulai banyak bermunculan mulai tahun 2010. Pasar tradisional

tersebut semakin ditinggal oleh masyarakat yang cenderung untuk membeli di Pasar ritel modern dan melalui situs-situs *E-Commerce*. Persaingan antar ritel modern serta *E-Commerce* terhadap pasar tradisional secara teoritis menguntungkan konsumen, dan mungkin perekonomian secara keseluruhan akan tetapi relatif sedikit yang diketahui tentang dampak terhadap pada pasar tradisional. Pengukuran dampak sangatlah penting mengingat retail modern dan *E-commerce* saat ini secara langsung bersaing dengan pasar tradisional.

Mengingat semakin tergerusnya pasar tradisional di era yang semakin modern kini dan juga ingin melihat seberapa besar pengaruh dampak tingkat penjualan Pasar Ritel Modern dan *E-Commerce* maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan Judul “ **Analisis Pengaruh Keberadaan Ritel Modern dan *E-Commerce* Terhadap Tingkat Penjualan Di Pasar Tradisional Timah Medan**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh Pasar Ritel Modern terhadap Tingkat Penjualan di Pasar Tradisional Timah Medan secara parsial?
2. Apakah terdapat pengaruh *E-Commerce* terhadap Tingkat Penjualan di Pasar Tradisional Timah Medan secara parsial?
3. Apakah terdapat pengaruh Ritel Modern dan *E-Commerce* terhadap Tingkat Penjualan di Pasar Tradisional Timah Medan secara simultan?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Agar penelitian lebih fokus, pelaksanaan penelitian dibatasi dan difokuskan pada:

1. Variabel yang akan diteliti adalah Pasar Ritel Modern dan *E-commerce* sebagai variable independen dan Tingkat Penjualan di Pasar Tradisional Timah Medan sebagai variable dependen.
2. Objek Penelitian ini berada di Pasar Timah Medan.
3. Responden dalam penelitian ini adalah Pedagang di Pasar Tradisional Timah Medan.

4. Periode pengamatan yaitu tahun 2017.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan mengidentifikasi dampak keberadaan Ritel modern terhadap pedagang dalam segi tingkat penjualan di Pasar Tradisional Timah Medan.
2. Untuk mengetahui dan mengidentifikasi efektifitas dalam penerapan *E-Commerce* kepada pedagang dalam segi tingkat penjualan di Pasar Tradisional Timah Medan.
3. Untuk mengetahui dan mengidentifikasi apakah Pasar Ritel Modern dan *E-Commerce* berpengaruh secara simultan terhadap Tingkat Penjualan di Pasar Tradisional Timah Medan.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang ingin dicapai, maka manfaat dilakukan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Dari Segi Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai dampak keberadaan Pasar Ritel Modern dan *E-Commerce*. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memperkuat hasil penelitian-penelitian sebelumnya.

2. Dari Segi Praktis

- a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman peneliti mengenai dampak dari keberadaan Pasar Ritel Modern dan *E-Commerce* dari segi Tingkat Penjualan di Pasar Tradisional.

- b. Bagi Masyarakat

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberi pengetahuan yang lebih kepada masyarakat khalayak luas bahwa keberadaan Pasar Ritel Modern memiliki dampak dan pengaruh terhadap kondisi ekonomi masyarakat sekitar.

- c. Bagi Pelaku Usaha Ritel Modern, *E-Commerce* dan Pasar Tradisional
 Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi para pelaku usaha Ritel Modern, *E-Commerce* dan pedagang di Pasar Tradisional mengenai dampak keberadaan Pasar Ritel Modern dan *E-Commerce* terhadap pelaku usaha Pasar Tradisional.

1.6 Originalitas

Ide penelitian yang dilakukan peneliti merupakan pengembangan dari peneliti terdahulu yang bernama Ahmad Reza Safitri (2010) yang berjudul “ *Dampak Retail Modern Terhadap Tingkat Penjualan Pedagang Pasar Tradisional Ciputat, Tangerang Selatan* ” , dimana penelitian yang dilakukan memiliki beberapa perbedaan dengan peneliti terdahulu , yaitu sebagai berikut :

1. Tahun Penelitian yang dilakukan oleh Peneliti sebelumnya , yaitu Tahun 2010, Sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti akan dilakukan pada tahun 2017.
2. Variabel Independen yang akan diteliti berbeda dengan peneliti terdahulu, yaitu :

Peneliti sebelumnya : Dampak Retail Modern

Penelitian yang akan dilakukan : Keberadaan Pasar Ritel Modern Dan *E-Commerce*

3. Variabel Dependen yang akan diteliti berbeda dengan peneliti terdahulu, yaitu :

Peneliti sebelumnya :Tingkat Penjualan Pedagang Pasar Tradisional Ciputat

Penelitian yang akan dilakukan :Tingkat Penjualan di Pasar Tradisional Timah

4. Penambahan Variabel Independen berupa *E-Commerce* dikarenakan Peneliti melihat bahwa seiring perubahan zaman yang semakin pesat dan modern semakin banyak pula teknologi canggih yang keluar, sehingga orang bisa memanfaatkannya untuk keperluan mereka. Salah satu contohnya adalah *Smartphone*, yang zaman sekarang banyak digunakan sebagai salah satu sarana jual beli produk maupun jasa. Berbelanja di zaman sekarang sangat

mudah dimana konsumen hanya menggunakan handphonennya sudah bisa berbelanja. Maka dari itu peneliti ingin menguji apakah *E-Commerce* dapat mempengaruhi Tingkat Penjualan di Pasar Tradisional.

